

## **SPRAWOZDANIE Z KONFERENCJI INSTYTUTU INIB UJ, 2003** [REPORT ON THE CONFERENCE ORGANIZED BY THE INSTITUTE ILS JU, 2003]

W dniach 2–3 czerwca 2003 r. w Krakowie odbyła się już dziewiąta z cyklu międzynarodowych konferencji naukowych i środowiskowych organizowanych co roku przez Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego. Tym razem, przedmiotem obrad była problematyka PR w bibliotekach, wydawnictwach i informacji naukowej. W konferencji udział wzięło ponad stu uczestników z bibliotek akademickich i publicznych oraz najważniejszych ośrodków naukowych z Polski. W obradach uczestniczyli także specjaliści, naukowcy i wydawcy z krajów Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych.

Gości powitała dr hab. Maria Kocójowa, dyrektor IINiB UJ i jednocześnie organizator konferencji. Następnie oficjalnego otwarcia dokonali: prof. dr hab. Maria Nowakowska, Prorektor UJ ds. Badań i Współpracy Międzynarodowej, prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas z Ministerstwa Edukacji Narodowej i Sportu, dr Leslie High, Konsul ds. Prasy i Kultury z Konsulatu Generalnego USA w Krakowie oraz prof. Frank Hogg, Międzynarodowy Konsultant Bibliotekoznawstwa z Wielkiej Brytanii.

Podczas sesji plenarnej goście zagraniczni przedstawili 6 referatów. Jako pierwszy wystąpił Klaus G. Saur, prezes K.G. Saur Verlag GmbH z Niemiec, który naszkicował przemiany zachodzące współcześnie na rynku książki i w relacjach z czytelnikiem. Zabierająca po nim głos Maria E. Burke z Information Systems Institute, University of Salford z Wielkiej Brytanii, omówiła nowe koncepcje zarządzania, analizując wpływ zmian w infrastrukturze technicznej i trybie wykonywania pracy na relacje między kierownictwem i personelem. W kolejnym referacie, John Aspery, prezes The Institute of Public Relations z Wielkiej Brytanii, przedstawił znaczenie kierowanej przez siebie instytucji dla środowiska zawodowego związanego z PR, wskazując szczególnie na konieczność identyfikowania najlepszych praktyk w tym zakresie oraz kwestie odpowiedzialności korporacyjnej i społecznej.

Po tym wystąpieniu odbyło się otwarcie wystawy przygotowanej przez Jadwigę Tryzno z Muzeum Książki Artystycznej z Łodzi. W krótkiej prelekcji autorka, pokazując uczestnikom ciekawą kolekcję artystycznych wydań książek, poruszyła

kwestię nowej roli książki, która uwalniając się od funkcji informacyjnej, może w większym stopniu prezentować walory artystyczne.

Po przerwie głos zabrał Greg Hayman, dyrektor ds. spraw publicznych z British Library. Przedmiotem jego wystąpienia była rola PR, a szczególnie kontaktów z prasą, w zmianach modelu zarządzania wdrażanych w British Library. Prelegent przedstawił uczestnikom konkretne działania, których celem było wypromowanie nowego wizerunku biblioteki oraz efekty. Odniósł się również do zagadnień związanych bezpośrednio z organizacją procesu przygotowywania materiałów dla mediów. W kolejnym referacie, Rafael Ball, dyrektor Central Library of Research Centre Jülich z Niemiec, podjął temat wewnętrznego PR w dużej bibliotece naukowej. Omówił również kwestię roli PR w marketingu bibliotecznym oraz konieczności i możliwości wykorzystania różnych ich instrumentów w obszarze samoobsługowych usług elektronicznych. Jako ostatni podczas sesji plenarnej wystąpił Oliver Obst, dyrektor Central Medical Library z Münster z Niemiec. Prelegent skupił się na kwestii możliwości i sposobów poprawienia stopnia wykorzystania oferowanych usług. Zwrócił uwagę na konieczność podniesienia poziomu wiedzy klientów na ich temat, usprawnienie sprzężenia zwrotnego czy nagłośnienie działań i polityki biblioteki. Zasygnalizował także trudności wynikające z istnienia dużej konkurencji ze strony innych instytucji, które także pragną dotrzeć do kadry uczelni medycznej ze swoimi informacjami.

W godzinach popołudniowych, już tradycyjnie dzięki współpracy i wsparciu ze strony Konsulatu Generalnego USA w Krakowie, odbyła się videokonferencja ze specjalistami ze Stanów Zjednoczonych. W dyskusji moderowanej przez Konsula ds. Prasy i Kultury Leslego Higha udział wzięli ze strony amerykańskiej: Monica Lewis Lofton, dyrektor marketingu i komunikacji w District of Columbia Public Library i Guy Lamolinara, odpowiedzialny za kwestie PR w odniesieniu do inicjatyw Library of Congress na polu digitalizacji. Ze strony uczestników konferencji w Krakowie głos zabierali: Maria Kocójowa (IINiB UJ), Wanda Pindlowa (IINiB UJ), Frank Hogg, Rafael Ball, John Aspery, Maria E. Burke, Sabina Cisek (IINiB UJ) i Remigiusz Sapa (IINiB UJ). Dyskusja koncentrowała się wokół zagadnień możliwości wykorzystania różnych narzędzi (nie tylko mediów) w celu docierania z informacją o działaniach biblioteki i jej ofercie do potencjalnych klientów, związanych z tym kosztów i zarządzania całym procesem w skali lokalnej, a także obecności w mediach i świadomości społecznej dużych projektów o znaczeniu ogólnokrajowym.

Pierwszy dzień obrad zakończył wieczór towarzyski w Klubie Convivium.

Pierwszym punktem programu drugiego dnia konferencji było otwarcie dwóch wystaw połączone z krótkimi prelekcjami. W pierwszej Jerzy Duda przedstawił Rycerski Zakon Biblifilski w Krakowie. Druga, wygłoszona przez Tadeusza Serockiego (Wydawnictwo Diecezji Pelplińskiej „Bernardinum”) i zatytułowana „Biblia Gutenberga po raz drugi 1452–2003”, pozwoliła uczestnikom konferencji zapoznać się z możliwościami najnowszych technik reprograficznych. Uczestnicy mogli także, oglądając reprint Biblii Gutenberga, naocznie przekonać się o wartości dobrze przygotowanej prezentacji bezpośredniej w informowaniu potencjalnych klientów o nowych produktach.

Obrady w drugim dniu konferencji podzielone zostały na dwa równoległe panele tematyczne prowadzone przez Wandę Pindlową i Marię Kocójową (IINiB UJ). Pierwszy z nich rozpoczął Jean-Marc Francony (Métiers du livre, Université Pierre Mendès-France – Grenoble, Francja), przedstawiając gruntowne zmiany we francuskich programach kształcenia w branżach związanych z książką. Zabierający po nim głos Artur Jazdon (Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu) odniósł się do zagadnień tworzenia i działania *lobbingu* na rzecz środowiska bibliotekarskiego. Kolejne wystąpienia, Anny Machalskiej-Garbacz (BG AGH) i Łucji Maciejewskiej (BG i OINT Politechniki Wrocławskiej) koncentrowały się na praktycznych rozwiązaniach i inicjatywach w zakresie PR realizowanych w bibliotekach akademickich. Problematykę dotyczącą promocji kultury w uniijnych serwisach informacyjnych przedstawiła Wanda Pindlowa. Z kolei Remigiusz Sapa (IINiB UJ) przedstawił możliwości wykorzystania bibliotecznego serwisu WWW jako narzędzia PR, koncentrując się na zagadnieniu komunikacji z grupami otoczenia, a Katarzyna Domańska (KBiIN, Akademia Bydgoska) omówiła czynniki opiniotwórcze w głównej mierze kształtujące wizerunek biblioteki szkolnej.

Dyskusję w ramach drugiego panelu otwarła Anna Wołodko (Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie), dzieląc się doświadczeniami z realizacji zadań z zakresu PR w BUW, zmierzającymi do przełamywania niekorzystnych stereotypów oraz pozyskania sponsorów i wsparcia w środowisku. Z kolei Dorota Lipińska (BG Politechniki Krakowskiej) podjęła się oceny działań realizowanych w Bibliotece Głównej Politechniki Krakowskiej zmierzających do budowania satysfakcjonujących relacji z klientami. Zabierająca po niej głos Beata Antczak (Biblioteka Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu) wskazała na szczególną rolę PR w bibliotece uczelni niepaństwowej. Omówiła podstawowe obszary aktywności oraz konkretne działania zmierzające do budowy pozytywnego wizerunku. Odniosła się także do roli PR w badaniach użytkowników. Małgorzata Jaskowska (IINiB UJ) przedstawiła techniki *online* PR oraz stopień i zakres ich wykorzystania przez akademickie instytucje wydawnicze polskich państwowych szkół wyższych (w porównaniu z niemieckimi i amerykańskimi). W kolejnym wystąpieniu, Aneta Firlej-Buzon (IB Uniwersytetu Wrocławskiego) omówiła przyczyny utrwalania się dziewiętnastowiecznych stereotypów w odniesieniu do wizerunku bibliotekarza i podejmowanych przez niego działań. Na zakończenie panelu Mariola Antczak (Katedra Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej, Uniwersytet Łódzki) odniosła się do problematyki związanej z wprowadzaniem zagadnień z obszaru PR do programów kształcenia studentów bibliotekoznawstwa i informacji naukowej. Omówiła możliwości tkwiące w samodzielnym tworzeniu przez studentów planów marketingowych, dostosowanych do sytuacji konkretnych bibliotek.

Wspólna dyskusja ujawniła, że zafałszowany wizerunek zawodu pracownika książki i informacji jest na tyle duży, iż wyraźnie utrudnia skuteczną walkę o większe środki czy wręcz przetrwanie, a czasem wręcz uniemożliwia zdobycie uznania dla podejmowanych wysiłków i profesjonalizmu. Aby przełamać tę niesprzyjającą rozwojowi sytuację, konieczne jest podjęcie w instytucjach związanych z książką

i informacją działań z zakresu PR. Ich celem powinno być: pozyskiwanie społecznego wsparcia dla działań danej instytucji, tworzenie wokół niej dobrej atmosfery, szybkie reagowanie na krytykę, podtrzymywanie odpowiednich kontaktów z mediami oraz budowanie pozytywnego i nowoczesnego wizerunku zawodu. Konferencja pozwoliła uczestnikom na wymianę doświadczeń i ułatwiła zidentyfikowanie różnych możliwości działań w zakresie PR w instytucjach związanych z książką i informacją. Pozostaje mieć nadzieję, że impuls do działań na tym polu nie pozostanie bez echa i przyniesie z czasem wymierne korzyści.

*Remigiusz Sapa, sekretarz konferencji*  
Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa  
Uniwersytet Jagielloński